

Equipamentos culturais, hábitos e território: um estudo de caso do Espaço do Conhecimento UFMG

Cultural equipment, habits and territory: a case study of Espaço do Conhecimento UFMG

Alice Demattos Guimarães^[a,b,c] , Sibelle Cornélio Diniz^[d] 

^[a] University of Glasgow (UoG), Programa Global Markets, Local Creativities, Erasmus Mundus International Master, Glasgow, Escócia

^[b] Universitat de Barcelona (UB), School of Social Science, Facultat de Economia i Empresa, Barcelona, Espanha

^[c] Erasmus University Rotterdam (EUR), Erasmus School of History, Culture and Communication, Rotterdam, Holanda

^[d] Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Faculdade de Ciências Econômicas, Departamento de Ciências Econômicas, Belo Horizonte, MG, Brasil

Como citar: Guimarães, A. D., & Diniz, S. C. (2019). Equipamentos culturais, hábitos e território: um estudo de caso do Espaço do Conhecimento UFMG. *urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 11, e20180093. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.011.e20180093>

Resumo

Este artigo investiga a relação entre equipamentos culturais, hábitos e território a partir do caso do Espaço do Conhecimento UFMG – ECUFMG. A localização desse equipamento em área nobre de Belo Horizonte, como fruto de uma política pública, levanta questões sobre seu reconhecimento e legitimidade diante dos diversos grupos de habitantes da cidade. Nesse sentido, foi investigado se o ECUFMG consegue quebrar a estrutura social circunscrita no território físico e ser, assim, frequentado por distintos públicos. A pesquisa de campo constatou um perfil homogêneo entre os visitantes espontâneos – alta escolaridade, alta renda e alto hábito cultural –, indicando ainda que a localidade de residência não é fator determinante para a apropriação desse espaço. Percebeu-se a existência de uma barreira ao acesso relacionada às questões de pertencimento e à falta de informações sobre o ECUFMG e seus atrativos, o que aponta para a importância do trabalho educativo e formativo junto aos diversos públicos.

Palavras-chave: Cultura. Território. Hábitos culturais. Economia da cultura. Equipamentos culturais.

Abstract

This article investigates the relationship between cultural equipment, habits and territory of the Espaço do Conhecimento UFMG. This equipment is located in a noble area of Belo Horizonte; as the result of a public policy, it raises questions about its recognition and legitimacy by the different groups of inhabitants of the city. Thus, we investigated whether the ECUFMG can break the social structure circumscribed in the physical territory and thus be frequented by different publics. Field research found a homogeneous profile among spontaneous visitors - high schooling, high income and high cultural habits - indicating that the



place of residence is not a determining factor for the appropriation of this space. We observed a access barrier related to the issues of belonging and the lack of information about the ECUFMG and its attractions, which points to the importance of educational and formation work among the different publics.

Keywords: Culture. Territory. Cultural habits. Cultural economics. Cultural equipments.

Introdução

A cultura¹ se manifesta no território e é meio principal de uso e fruição da cidade e de seus diversos espaços. As manifestações artístico-culturais são oportunidades de experimentar o espaço, vivenciá-lo e apropriá-lo. Nesse sentido, tomar a cidade pela cultura se caracteriza como uma forma de emancipação social (Lefébvre, 1991, 2004). Por outro lado, a literatura aponta que o consumo artístico-cultural no Brasil acompanha a desigualdade socioeconômica da população, uma vez que é determinado, principalmente, pela renda e pela educação, variáveis cujos maiores valores indicam estratos sociais mais altos e, concomitantemente, maior acúmulo de capital cultural (Diniz & Machado, 2011). Nessa perspectiva está inserido o debate sobre o papel dos espaços culturais – onde a criatividade, a auto expressão, a coesão social e o respeito à diversidade são estimulados e difundidos – e sobre as restrições de acesso a esses espaços.

Apoiando-se nessa reflexão, o Espaço do Conhecimento UFMG – ECUFMG –, equipamento cultural integrante da Rede de Museus da Universidade Federal de Minas Gerais, foi escolhido para o estudo de caso deste artigo. Dada a localização desse equipamento em área central da cidade de Belo Horizonte, foi investigado se o ECUFMG consegue quebrar a estrutura social circunscrita no território físico, romper as barreiras invisíveis de acesso e ser, assim, frequentado por diversos públicos. A pesquisa de campo² investigou, por meio da aplicação de questionários, realização de entrevistas semiestruturadas e observação participante, o perfil do público que o frequenta, bem como as interfaces do Espaço com a cidade.

Para tanto, o presente trabalho é dividido em três seções, além desta introdução. A primeira seção traz uma revisão de literatura sobre cultura e cidade, entendendo o consumo cultural como forma de emancipação no território. O estudo de caso é o foco da segunda seção, que busca ilustrar empiricamente as ideias apresentadas na revisão de literatura. Em seguida, são tecidas as considerações finais.

Cultura, consumo e território

A cultura é um fenômeno local, é manifestação e invenção do território. Da mesma forma, a cidade é um fenômeno cultural, *locus* do encontro, das trocas e da diversidade (Rubim, 2010; Lefébvre, 2004). Portanto, pensar cultura é pensar território³, é refletir sobre realidades locais.

¹ Como aponta Throsby (2001), a palavra “cultura” é empregada em uma grande variedade de sentidos, sendo que não existe um consenso acerca de seu significado. O autor propõe, então, que se distingam os dois principais usos do termo: o primeiro refere-se a um sentido antropológico mais amplo, relacionando-se às crenças, morais, costumes, valores e práticas comuns ou compartilhados por um determinado grupo social. As características que definem esse grupo são expressas na forma de símbolos: sinais, textos, linguagem, tradição oral e escrita, entre outros. Uma das funções principais da manifestação da cultura dos grupos é estabelecer uma identidade distintiva do grupo, o que permite aos seus membros diferenciarem-se dos membros de outros grupos. A expressão da cultura do grupo na forma de símbolos dá origem ao segundo sentido do termo, que possui uma orientação mais funcional, denotando aquelas atividades e produtos relacionados aos aspectos artísticos, intelectuais e morais da vida humana. Nesse caso, a palavra é usada mais como adjetivo que como substantivo, como em “bens culturais”, “instituições culturais” ou “setor cultural” da economia. A cultura é entendida, neste segundo sentido, como a manifestação, na forma de produtos e serviços, da cultura no primeiro sentido apresentado.

² A pesquisa de campo é atrelada ao projeto de pesquisa “Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFMG”, submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais sob número CAAE 68083517.0.0000.5149 e aprovado em 14/6/2017.

³ Ressalte-se que a definição de território tem sido um debate aberto e sem consenso entre os teóricos das ciências sociais. De acordo com Tonucci (2013), a conceituação do termo perpassa por diferentes esferas de interpretação, podendo este ser compreendido em sua dimensão política, econômica e/ou cultural, simbólica. Sendo assim, o presente trabalho entende território como o espaço em que relações econômico-políticas, bem como simbólico-culturais, são sobrepostas, dialogando, dessa forma, com o conceito de espaço social de Lefébvre (1991), trabalhado adiante.

Nesta seção, busca-se aprofundar o entendimento sobre o consumo de cultura, para, em seguida, tratar da relação entre cultura e território.

Consumo cultural

É consenso na literatura que as atividades artístico-culturais têm implicações sobre o desenvolvimento socioeconômico em uma sociedade (Furtado, 1984; Perloff, 1979; Throsby, 2001; Bille & Schulze, 2008; Markusen & Schrock, 2006). Isto é, tanto a produção quanto o consumo de bens e serviços culturais são entendidos como promotores de efeitos diretos e indiretos sobre a sociedade. Os efeitos diretos referem-se à geração de emprego e renda e à atração de empresas e trabalhadores para as localidades nas quais há concentração de atividades culturais. Já os efeitos indiretos são vinculados aos produtos intangíveis dessas atividades, que remetem à formação de identidade comunitária e ao incentivo à criatividade (Throsby, 2001). Desse ponto de vista, consumir cultura possibilita o contato com uma diversidade de ideias, o que permite o incentivo à criatividade, ao respeito, à construção da identidade, entre outras possibilidades. Entretanto, também é estabelecido na literatura que bens artístico-culturais são bens cujo consumo aumenta com a elevação de renda (Diniz & Machado, 2011; Throsby, 2001). Sendo assim, o ato de consumir evidencia nuances a respeito do status social daquele que consome.

O consumo pode, ainda, ser visto como um processo sociocultural em que se efetiva um sistema de diferenciação. Nessa perspectiva, destacam-se as ideias de Pierre Bourdieu a respeito do conceito do *habitus*, entendido como um conjunto de interferências que os indivíduos recebem ao longo da vida, oriundo das relações que estabelecem na família, com vizinhos e na escola, e que formam suas propensões do agir, seja no âmbito econômico, social ou cultural. Cada *habitus* é singular, porém existem profundas similaridades entre *habitus* de pessoas correlatas que, por isso, podem ser distinguidos em um espaço social simbólico. Esse conceito é fruto de estudos realizados na década de 1970, em que, analisando a sociedade francesa, o autor observou que o consumo de cultura – sobretudo no que diz respeito à arte – é um mecanismo de manutenção da hierarquia social, uma vez que incorpora em si critérios de distinção. Isto é, mesmo um museu de acesso gratuito pode impor outras formas de restrição (não econômica), estabelecendo uma barreira invisível, muitas vezes relacionada ao *habitus* do indivíduo (Bourdieu, 2007). Nesse sentido, o consumo cultural representa um paradigma simbólico no qual se trava uma disputa por um consumo exclusivo, enfatizando a desigualdade presente e crescente (Canclini, 2010).

Para Bourdieu (2007), indivíduos de classes mais altas buscam práticas e consumos culturais que os distanciem dos demais e tragam o status requerido. Segundo o autor, é no espaço simbólico – onde se manifestam as diferenças sociais objetivas e subjetivas – que as validações de hierarquia social ocorrem, por meio das lutas entre os indivíduos para estabelecer as suas posições e representações. As diferenças nesse espaço social teórico são relacionais, ou seja, existem umas em relação às outras e não de forma absoluta. Por exemplo, no campo cultural se dão as lutas para manter as representações de distinção: o que é alta cultura (erudito) e o que pertence à cultura de massa e à cultura popular. Em qualquer dimensão, as interações são definidas por um acúmulo de capital, seja em sua forma financeira, cultural, educacional e/ou humana (Bourdieu, 2007).

Cultura como forma de emancipação social no território

O direito à cidade pode ser entendido como o direito à vida urbana, manifestado como o direito à liberdade, a habitar o espaço urbano e a ser um indivíduo na sociedade (Lefébvre, 2004). O direito à cidadania, enquanto correlacionado ao direito à representatividade e participação cidadã no espaço público, ocorre também pelo acesso a bens e serviços mediante o consumo privado, transformando o

ideal de pertencimento e formação da identidade em uma luta por aquisição e fruição desses bens e serviços, conectando-se, assim, ao valor social da cultura. Ou seja, o direito à cidadania pode ser entendido, em última instância, como o direito a consumir cultura (Canclini, 2010).

De acordo com Bourdieu (1996), o *locus* ocupado por um agente é um excelente indicador de sua posição no espaço social, isso porque esse espaço resulta, de certa maneira, de sua inscrição no espaço físico⁴. Assim, as realidades sociais estão inseridas no mundo físico, uma vez que “[...] a estrutura do espaço social assim se manifesta, nos contextos mais diversos, sob a forma de oposições espaciais, espaço habitado (ou apropriado) funcionando como uma espécie de metáfora espontânea do espaço social [...]” (Bourdieu, 1996, p. 13, tradução livre⁵).

Nessa concepção, pode-se dizer que a construção do espaço social acontece mediante a distribuição espacial de grupos e agentes de acordo com suas posições, que são diferenciadas, sobretudo, em dois princípios: capital econômico e capital cultural. Outrossim, é possível pensar em um poder sobre o espaço que advém dessas formas de capital (Bourdieu, 1996, 2007). Esse aspecto pode ser relacionado ao que Lefévre (1991) conceituou como a produção do espaço. Para o autor, todos os cidadãos de uma cidade estão, de alguma maneira, em maior ou menor grau, envolvidos nessa produção do espaço. O que se altera entre um grupo e outro é o quanto alguns podem usufruir (e usufruem) de tudo o que a cidade tem para oferecer, enquanto a outros é negado este direito à cidade (Lefévre, 1991, 2004). O direito à cidade, que também pode ser considerado o direito à vida urbana, acontece plenamente no espaço urbano, *locus* da tríade dialética: poder político, excedente econômico e festa (Monte-Mór, 1994; Lefévre, 2004).

O processo de urbanização manteve e acentuou a segregação espacial e a restrição de acesso aos bens e serviços no espaço urbano, pois o “centro implodido” permaneceu como local de monopólio da concentração de riqueza e de poder político, deixando a periferia como território da escassez. Nas cidades contemporâneas, porém, são essas áreas periféricas que ganham relevância enquanto espaços insurgentes, abrigando outras e diversas formas de manifestações culturais que não a “arte legítima”, mesmo com serviços e lazer ainda concentrados nos centros (Lefévre, 2004). É interessante notar que Bourdieu (2007) discute a arte legítima como mecanismo de distinção social, refletindo que a falta de capital cultural (ainda que simbólico) cria uma barreira invisível, a qual impede a apropriação – efetivada, talvez, pelo que se entende como consumo cultural – de determinados equipamentos culturais por grande parte da população. Já para Lefévre (2004), apesar de os poderes político e econômico estarem concentrados, a festa, interpretada como a dimensão cultural da vida urbana, é uma experiência coletiva, vivenciada na cidade. Com efeito, a festa – amplamente entendida como manifestações culturais – é fenômeno de troca, de encontro, de diversidade, de exacerbação das relações sociais, expressão última do que é a cidade.

A cultura acontece, então, na cidade, é meio principal de uso e fruição da cidade e de seus diversos espaços: praças, monumentos, museus etc. Ou seja, as manifestações artístico-culturais são oportunidades de experimentar o espaço, vivenciá-lo, apropriá-lo. Nessa perspectiva, tomar a cidade pela cultura se caracteriza como uma forma de emancipação social, isto é, produzir e consumir cultura permite que o cidadão se emancipe da estrutura social configurada no território (Lefévre, 1991, 2004).

Estudo de caso: Espaço do Conhecimento UFMG

O Espaço do Conhecimento UFMG (ECUFMG) integra a Rede de Museus da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), propondo-se a difundir o conhecimento científico e a instigar a produção de diferentes saberes. Nesse sentido, o ECUFMG não é um museu *stricto sensu* mas sim um “[...] espaço

⁴ “O espaço social é um conjunto invisível de relações que tende a retransmitir-se, de forma mais ou menos direta, em um espaço físico sob a forma de um arranjo distributivo definido de agentes e propriedades (por exemplo, oposição entre centros urbanos e subúrbios)” (Bourdieu, 1996, p. 12, tradução livre).

⁵ No original: *The structure of social space thus manifests itself, in the most diverse contexts, in the form of spatial oppositions, inhabited (or appropriated) space functioning as a sort of spontaneous metaphor of social space.*

cultural diferenciado, que conjuga cultura, ciência e arte simultaneamente [...]” (Espaço do Conhecimento UFMG, 2017). Além disso, o ECUFGM é parte do Circuito Liberdade, complexo de equipamentos culturais localizado no entorno da Praça da Liberdade, em Belo Horizonte. Atualmente, o ECUFGM opera por meio de uma parceria entre o governo estadual e a Universidade Federal de Minas Gerais, contando também com o apoio da Unimed-BH por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura.

A maior parte dos equipamentos culturais que integram o Circuito Liberdade, incluindo o ECUFGM, são de acesso gratuito pelos visitantes. Contudo, considerando a localização do circuito cultural em área central da cidade, em um bairro de renda média elevada, é possível questionar se tal localização favorece a inclusão de um público diverso e a promoção da cidadania. Na tentativa de responder a essa questão, esta seção conta brevemente a história do Circuito Liberdade e do ECUFGM, para, em seguida, discutir os aspectos metodológicos envolvidos e apresentar os dados obtidos e os resultados.

Revisão histórica do Circuito Liberdade e do Espaço do Conhecimento UFMG

A Praça da Liberdade é um marco da história de Belo Horizonte desde seu plano de construção. Pensada para abrigar a sede do governo mineiro, a Praça da Liberdade “[...] foi criada, juntamente com a cidade, sob a ‘aura’ da modernidade, ocupando um lugar de destaque [...]” (Caldeira, 1998, p. 2). Significou um marco para a nova capital de Minas Gerais, representando seu centro cívico, característica reforçada pelos edifícios públicos⁶ que passaram a configurar o seu entorno alguns anos após sua concepção.

A trajetória da Praça da Liberdade a legitima como símbolo urbano, uma vez que esse território, acompanhando a história e dinâmica da cidade, foi a “praça do poder”, a praça do encontro, das feiras, das manifestações políticas e culturais. Diante desse espectro, foi tombada pelo IEPHA-MG (Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais) como patrimônio histórico cultural duas vezes: a primeira em 1977 e a segunda em 1991, quando uma grande restauração foi realizada, em parceria público-privada, buscando reforçar o valor histórico, cultural e patrimonial do local (Caldeira, 1998).

Em 1997, ano do centenário de Belo Horizonte, foi apresentado um projeto de lei pelo então senador Francelino Pereira, ex-governador de Minas Gerais, que idealizava nova função para os prédios ao redor da Praça da Liberdade. O projeto propunha que os edifícios no entorno da praça se tornassem centros culturais, ao passo que a administração do Estado já não parecia caber naquele local. Em 2003, no primeiro mandato do governador Aécio Neves, foi anunciada a transferência das secretarias e órgãos públicos para uma nova sede, a Cidade Administrativa, inaugurada em 2010, quando o Circuito Liberdade também foi inaugurado.

O Circuito Liberdade conta, atualmente, com mais de 15 equipamentos, dentre museus e centros de cultura. Desde 2015, o Circuito está sob a gestão do IEPHA/MG. Dos equipamentos culturais em funcionamento, oito são diretamente dirigidos pelo governo do Estado e os demais são geridos por meio de parcerias público-privadas e também parcerias com instituições públicas federais, como é o caso do ECUFGM⁷.

O ECUFGM, instalado no local do antigo prédio da reitoria da Universidade do Estado de Minas Gerais, inaugurou oficialmente o Circuito Liberdade, sendo o primeiro a abrir as portas, em 21 de março de 2010, com o nome Espaço Tim UFMG do Conhecimento, tendo em vista a parceria então vigente com a rede de telefonia móvel. A Tim deixou de ser parceira em 2015, passando a gestão exclusivamente para a UFMG e, em 2017, a Unimed-BH iniciou seu apoio ao espaço por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura.

⁶ Entre os edifícios públicos que compunham o entorno da Praça da Liberdade estavam: a Secretaria da Fazenda e Viação (antiga Agricultura), atualmente denominada Secretaria de Obras Públicas; Secretaria de Educação (antiga Interior), Segurança Pública e Interior.

⁷ **Equipamentos integrantes do Circuito Liberdade sob a gestão do Estado:** Biblioteca Pública Estadual Luiz de Bessa; Palácio da Liberdade; Arquivo Público Mineiro; Museu Mineiro; Centro de Arte Popular Cemig; Cefart Liberdade; BDMG Cultural; Rainha da Sucata. **Equipamentos integrantes do Circuito Liberdade em funcionamento por meio de parcerias:** Espaço do Conhecimento UFMG; MM Gerdau – Museu das Minas e do Metal; Memorial Minas Gerais Vale; Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB); Horizonte Sebrae – Casa da Economia Criativa; Casa Fiat de Cultura; Academia Mineira de Letras.

Desde sua abertura, mais de 350 mil pessoas visitaram o ECUFG, que apresenta uma exposição de longa duração, intitulada *Demasiado Humano*, abordando a origem do Universo e as diferentes formas e culturas da interpretação da trajetória humana, e já recebeu aproximadamente dez outras mostras temporárias sobre diferentes temas (Espaço do Conhecimento UFG, 2017).

O ECUFG é um centro de formação, divulgação e diálogo entre universidade e a comunidade não acadêmica, onde o visitante interage com o conhecimento científico, artístico, como também com os saberes tradicionais. Em sua missão de mesclar ciência e vida cotidiana, para além da exposição de longa duração e das mostras temporárias supracitadas, o ECUFG tem como destaque de atrações o Planetário, o Terraço Astronômico e a Fachada Digital – que, localizada na parte externa do prédio voltada para a Praça da Liberdade, exibe imagens que estimulam tal diálogo artístico-científico. Ademais, é realizada nesse espaço uma extensa gama de debates, oficinas e outras tantas atividades⁸ que atraem públicos de diferentes faixas etárias, realidades e interesses.

Caracterizado como uma ação de extensão da Universidade⁹, o ECUFG tem grande parte da sua equipe formada por alunos de graduação, bolsistas que atuam como mediadores (cerca de 40 estudantes), além do corpo institucional (20 profissionais, entre professores, assessores e assistentes). O trabalho dos alunos extensionistas é criar experiências de aprendizagens inusitadas e atraentes, bem como instigar a criação do hábito cultural, estimulando o pensamento crítico e criativo nos visitantes a partir dos conteúdos explorados nas exposições e demais atividades do espaço.

Existem dois grupos de visitantes do ECUFG: aqueles participantes de visitas espontâneas e aqueles de visitas agendadas. Os visitantes espontâneos, foco principal deste estudo, são aqueles que vão ao museu sem agendamento prévio, enquanto os agendados são grupos diversos, majoritariamente de escolas públicas, que levam seus alunos para conhecer o museu, além de outros grupos especiais. O ECUFG recebe diariamente até 180 crianças, jovens e adultos via agendamento. Parte desses agendamentos ocorre via parcerias com as Secretarias Municipal e Estadual de Educação, ou seja, se articula diretamente à política pública de educação em interface com a cultura.

Aspectos metodológicos

Este artigo está conectado ao projeto de pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFG. A pesquisa, realizada em 2017, contou com a aplicação de 272 questionários¹⁰ junto ao público espontâneo, entre 5 de abril e 3 de junho de 2017. O questionário contou com perguntas de múltipla escolha e de curta resposta. Os questionários aplicados forneceram a base de dados que foi analisada por meio de estatísticas descritivas, construção de mapas e, também, comparada aos dados secundários do Censo Demográfico de 2010 (IBGE), procurando estabelecer conexões com o debate teórico desenvolvido.

Foram realizadas ainda entrevistas semiestruturadas com quatro membros da equipe do ECUFG e com 20 visitantes espontâneos¹¹, compreendendo residentes de todas as regionais e municípios da

⁸ Atividades realizadas no ECUFG: Oficinas de formação de professores; Café Controverso; Contações de Histórias; Percursos temáticos; Curso de Desenho; Exibição e discussão de filmes e documentários; Ações de Formação de Mediadores; Jogos do Conhecimento; Lançamento de livros; Mediação coletiva; Multiverso; Oficinas; Exibição de filmes na Fachada Digital; Sábado com Libras; Saraus Musicais; Sessões de Planetário; Observação do Céu no Terraço Astronômico.

⁹ As atividades desenvolvidas no ECUFG vinculam-se ao Programa de Extensão “Espaço do Conhecimento UFG” e aos projetos associados.

¹⁰ Para encontrar o tamanho da amostra, foi realizado um pré-teste, em que foram aplicados 50 questionários. O tamanho da amostra foi definido conforme a equação: $n = (Z^2 \sigma^2) / \epsilon^2$, em que n é o tamanho da amostra, Z é a estatística de teste, ϵ é o erro amostral e σ é o desvio padrão da variável de interesse. A variável de interesse utilizada foi a idade dos visitantes (considerando apenas maiores de dezoito anos) e, considerando os valores de 99% de confiança e 5% de erro, foi estabelecido o número de questionários a serem aplicados igual a 272.

¹¹ Os entrevistados da equipe foram: a assessora e o assistente do Núcleo de Ações Educativas e Acessibilidade, dois estagiários e uma mediadora. Com relação aos visitantes, foram entrevistados: cinco residentes da regional Noroeste, quatro da regional Pampulha, três

Região Metropolitana de Belo Horizonte – RMBH, a fim de complementar as observações advindas dos questionários aplicados. “A entrevista pode ser definida como um processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado” (Haguette, 2001, p. 86). Essas entrevistas tiveram como proposta investigar em maior profundidade as correlações entre o papel do Espaço do Conhecimento UFMG e os conceitos e ideias apresentados no corpo teórico da pesquisa, questões estas que não foram abordadas a fundo nos questionários aplicados na primeira fase da pesquisa. As entrevistas foram conduzidas no mês de novembro de 2017 com base em roteiro preestabelecido.

Por fim, adotou-se o método de “observação participante” durante toda a elaboração do trabalho. Tal método estabelece a importância do contato entre o observador e o campo social que está sendo observado, possibilitando um maior envolvimento do pesquisador ao compartilhar processos mais subjetivos com os indivíduos em função de uma interação face a face (Haguette, 2001; Gil, 2008). Foi justamente isso que ocorreu nesse caso, visto que as autoras do artigo, enquanto integrantes do projeto de pesquisa supracitado, foram responsáveis pela elaboração e pela aplicação de parte dos questionários.

Embora o foco deste estudo sejam os visitantes espontâneos, em alguns momentos serão apresentadas informações sobre o público que visita o Espaço por meio de agendamento, para fins de comparação e análise. As distinções entre os dois perfis de público ficaram evidentes para as autoras, tanto durante a realização das entrevistas quanto durante a observação participante, como será esclarecido adiante.

Resultados

Perfil dos visitantes espontâneos

A Tabela 1 descreve o perfil geral do público visitante do Espaço do Conhecimento UFMG em visitas espontâneas.

Tabela 1 - Características socioeconômicas e condições de visita do público do ECUFMG

| Visitantes do ECUFMG | |
|---|-----|
| Público entrevistado | 272 |
| Idade média (anos) | 32 |
| Sexo | |
| Feminino | 56% |
| Masculino | 44% |
| Escolaridade | |
| Ensino fundamental incompleto | 0% |
| Ensino fundamental completo | 1% |
| Ensino médio incompleto | 3% |
| Ensino médio completo | 14% |
| Ensino superior incompleto | 29% |
| Ensino superior completo | 33% |
| Pós-graduação | 19% |
| Renda individual | |
| Não possui renda | 20% |
| Renda até R\$ 937,00 | 12% |
| Renda entre R\$ 937,00 e R\$ 2.811,00 | 23% |
| Renda entre R\$ 2.811,00 e R\$ 5.622,00 | 14% |
| Renda entre R\$ 5.622,00 e R\$ 8.433,00 | 8% |
| Renda superior a R\$ 8.433,00 | 11% |
| Não quer declarar | 12% |

da Região Metropolitana de Belo Horizonte, dois da regional Oeste, e um residente de cada uma das seguintes regionais Oeste, Leste, Nordeste, Centro-Sul, Barreiro e Venda Nova.

Tabela 1 – Continuação...

| | Visitantes do ECUFMG |
|--|----------------------|
| Local de residência | |
| Belo Horizonte | 63% |
| Cidade na Região Metropolitana de Belo Horizonte | 15% |
| Cidade no interior de Minas Gerais | 8% |
| Outro estado brasileiro | 14% |
| Raça/Etnia | |
| Branco | 51,1% |
| Negro | 9,6% |
| Pardo | 29% |
| Amarelo | 2,6% |
| Indígena | 0% |
| Outro | 1,8% |
| Não sei | 5,9% |
| Número de visitas ao ECUFMG | |
| Primeira vez | 63,2% |
| De 2 a 5 vezes | 29,8% |
| De 6 a 10 vezes | 2,2% |
| Mais de 10 vezes | 1,1% |
| Com frequência | 3,7% |
| Meio de locomoção até o ECUFMG | |
| Carro | 43,8% |
| Motocicleta | 0,4% |
| Bicicleta | 0% |
| Ônibus | 32% |
| Metrô | 0% |
| Taxi/Uber | 6,6% |
| A pé | 17,3% |
| Gasto estimado na visita ao ECUFMG | |
| R\$ 0,00 | 15,1% |
| Até R\$ 10,00 | 30,1% |
| De R\$ 10,00 a R\$ 50,00 | 50% |
| De R\$ 50,00 a R\$ 100,00 | 4,4% |
| Acima de R\$ 100,00 | 0,4% |

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFMG (2017).

A maior parcela do público entrevistado (63,2%), estava realizando a visita pela primeira vez, enquanto apenas 3,7% afirmaram visitar o espaço com frequência. Apesar disso, pode-se afirmar que o perfil geral do público é de “consumidores frequentes de cultura”, ou seja, pessoas que comumente buscam seu entretenimento em alguma atividade artístico-cultural. Esse fato ficou evidenciado nas respostas a respeito de seus hábitos culturais, que serão analisadas adiante.

A maior parte do público possui entre 18 e 35 anos, é do gênero feminino e se considera branca. Outros trabalhos, como o de Ateca-Amestoy (2008) e Diniz & Machado (2011), atestam que o público consumidor de bens artístico-culturais é, em sua maioria, formado por mulheres. Com relação à escolaridade, o ECUFMG recebe majoritariamente visitantes graduados ou cursando o ensino superior (33,5% e 29%, respectivamente). Além disso, observa-se um número significativo de público com pós-graduação, 19%, número elevado quando comparado com o percentual da população brasileira com esse nível de escolaridade, que é em torno de 1% (IBGE, 2011)¹². Esses números estão em acordo com a literatura, que indica uma forte correlação entre o nível de consumo de bens artístico-culturais e o nível de escolaridade (Diniz & Machado, 2011).

¹² Traçando um paralelo com o perfil do público de todos os equipamentos que integram o Circuito Liberdade, considerando pesquisa de 2017 realizada pelo IEPHA (2017), nota-se um perfil similar com relação a faixa etária, gênero e escolaridade. Além disso, o público do Circuito, de maneira geral, parece ser ainda mais próximo ao perfil do consumidor assíduo de cultura, pois aqueles que declararam visitar os espaços frequentemente representam 12,3% dos entrevistados, versus 3,7% para os entrevistados do ECUFMG (IEPHA, 2017).

A renda foi perguntada em termos individuais, considerando-se opções com intervalos de valores. Durante a análise dos resultados, percebeu-se que essa não foi a forma ideal de identificar as condições de renda dos entrevistados, uma vez que o público tem perfil jovem e não foi possível captar a condição familiar/domiciliar dos visitantes. Apesar disso, percebeu-se um padrão, já esperado, no qual visitantes mais jovens possuem renda mais baixa, ou não possuem renda, enquanto visitantes mais velhos possuem renda mais altas, ou não declaram. Ainda assim, não é possível, a partir dos dados coletados, afirmar se há um padrão de renda do público do espaço¹³.

Outro ponto abordado no questionário é como os visitantes chegaram até o espaço e o quanto eles gastaram na visita, considerando os gastos indiretos com transporte e alimentação, entre outros. Percentual de 43,8% utilizaram-se do carro para ir ao museu, 32% foram de ônibus e 17%, a pé. Esses números podem refletir a proximidade do museu do local de residência, estudo ou trabalho dos visitantes, bem como a facilidade de acesso. Ademais, apesar de ser um espaço gratuito, apenas 15% afirmam não ter gastado nada com a visita, enquanto 50% dizem ter gastado entre R\$ 10,00 e R\$ 50,00. Acredita-se que este é também um fator a se levar em conta para compreender o público que visita o espaço, que, geralmente, é de uma classe de renda mais alta.

Neste ponto é interessante ressaltar que, de acordo com as informações coletadas por meio de entrevistas, a questão da localização do equipamento, que poderia representar uma barreira ao acesso, seja pela distância da residência dos visitantes, seja pelas dificuldades envolvidas na locomoção (custos de transporte e outros custos relacionados ao percurso em si), não se faz tão significativa quando comparada à falta de divulgação e ao desinteresse pelo tipo de atividade ofertada. Para o público, a maior barreira é não ter conhecimento sobre a existência do espaço, sobre o que ele tem a oferecer, assim como a falta de interesse de buscá-lo. Nesse sentido, destaca-se também o fato de que muitas pessoas não sabem sobre a gratuidade do ECUFGM, o que é refletido na reação do público agendado ao ter contato com essa informação, como também com os visitantes da Praça da Liberdade, dos quais 81,4% não conhecem esse fato, de acordo com um dos projetos de extensão desenvolvidos pelo Núcleo de Ações Educativas e Acessibilidade do ECUFGM¹⁴.

A Figura 1 apresenta a distribuição dos visitantes espontâneos segundo regional de residência no município de Belo Horizonte. Note-se que existem duas regionais com maior concentração de visitantes: Centro-Sul (17,6% do total de entrevistados) e Pampulha (10% do total), regionais estas que concentram a população de renda mais alta de Belo Horizonte. A segunda maior parcela de visitantes (15,1%) vem de outros municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte, enquanto 22% provêm do interior do Estado e de outros estados e países.

¹³ No entanto, considerando as percepções tanto das autoras quanto dos integrantes da equipe do ECUFGM, captadas por meio das entrevistas semiestruturadas, há um predomínio de visitantes de classe média alta. Essa característica só é rompida pelo público agendado, como será tratado adiante.

¹⁴ Projeto de Extensão: Ações Educativas, Acessibilidade e Estudos de Público no Espaço do Conhecimento UFGM – Análise de determinantes que inibem os frequentadores da Praça da Liberdade a visitarem o Espaço do Conhecimento UFGM. Coordenadora: Sibelle Cornélio Diniz; autores: Danielle Silvestre Dias, Emerson Augusto Medeiros da Silva, Luan Carlos Mateus Ferreira, Maria Clara Mendes Vasconi, Marianne Lopes Braga Batista.

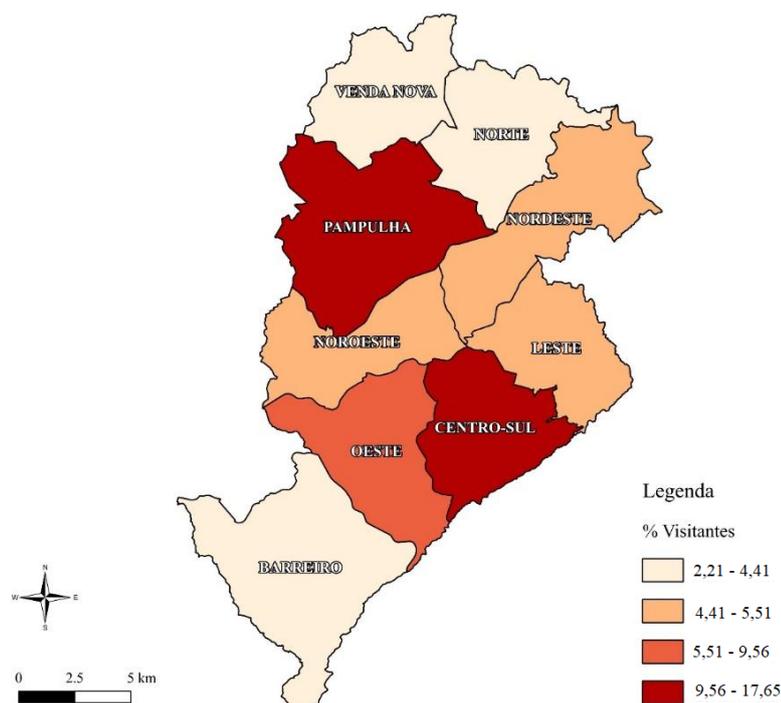


Figura 1 - Visitantes espontâneos do ECUFGM por regional de residência (BH). Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFMG (2017).

Nas entrevistas realizadas com a equipe do ECUFGM foi reportada uma clara concentração de visitantes residentes na regional Centro-Sul e em “regiões mais nobres” em detrimento de visitantes de outras localidades, especialmente de outros municípios da RMBH, o que não foi comprovado pelos dados. Outro ponto, considerando esse aspecto, é que os próprios visitantes advindos de regiões distantes das áreas “nobres” apontam como barreira para a visita as condições socioeconômicas da regional, bem como os hábitos dos moradores, além da falta de interesse e de divulgação. Tais percepções serão aprofundadas adiante.

Perfil do público espontâneo segundo local de residência

A partir das Tabelas 2 e 3 nota-se que, mesmo sendo maior o percentual de mulheres residentes em quase todas as regionais, essa proporção se faz ainda maior quando se analisa o público do ECUFGM. Mais uma vez, esse resultado sugere o que foi evidenciado na literatura, em que mulheres são apontadas como consumidoras mais frequentes de cultura.

Tabela 2 - Distribuição do público visitante por sexo e por regional de residência

| Local de residência | Público entrevistado | Idade média | Masculino % | Feminino % |
|---------------------|----------------------|-------------|-------------|------------|
| BARREIRO | 7 | 23 | 43 | 57 |
| CENTRO-SUL | 48 | 33 | 29 | 71 |
| LESTE | 15 | 35 | 47 | 53 |
| NORDESTE | 13 | 36 | 54 | 46 |
| NOROESTE | 15 | 37 | 40 | 60 |
| NORTE | 6 | 26 | 50 | 50 |
| OESTE | 26 | 33 | 42 | 58 |
| PAMPULHA | 28 | 30 | 46 | 54 |
| VENDA NOVA | 12 | 33 | 42 | 58 |
| Total | 170 | 32 | 41 | 59 |

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFMG (2017).

Tabela 3 - Distribuição de residentes por sexo nas regionais e percentual de residentes visitantes por regional de residência

| Região administrativa | Pessoas residentes | Homens residentes (%) | Mulheres residentes (%) | Visitantes do Espaço (%) |
|-----------------------|--------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------------|
| BARREIRO | 282552 | 48% | 52% | 0,0025% |
| CENTRO-SUL | 272285 | 45% | 55% | 0,0176% |
| LESTE | 249273 | 46% | 54% | 0,0060% |
| NORDESTE | 291110 | 47% | 53% | 0,0045% |
| NOROESTE | 331362 | 46% | 54% | 0,0045% |
| NORTE | 212953 | 48% | 52% | 0,0028% |
| OESTE | 286118 | 47% | 53% | 0,0091% |
| PAMPULHA | 187315 | 48% | 52% | 0,0149% |
| VENDA NOVA | 262183 | 48% | 52% | 0,0046% |
| Total geral | 2375151 | 47% | 53% | 0,0072% |

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Censo Demográfico 2010 (IBGE, 2011) e da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFMG (2017).

Como já mencionado, há uma relação positiva entre nível de escolaridade e consumo de bens artístico-culturais. Da mesma forma, aponta-se para uma correlação positiva entre renda e consumo cultural. Infelizmente, não há dados para as regionais, oriundos do Censo Demográfico, em termos de nível educacional, considerando a faixa etária abaixo de 25 anos. Os gráficos a seguir apresentam essas duas variáveis para os visitantes espontâneos do museu, considerando seu local de residência.

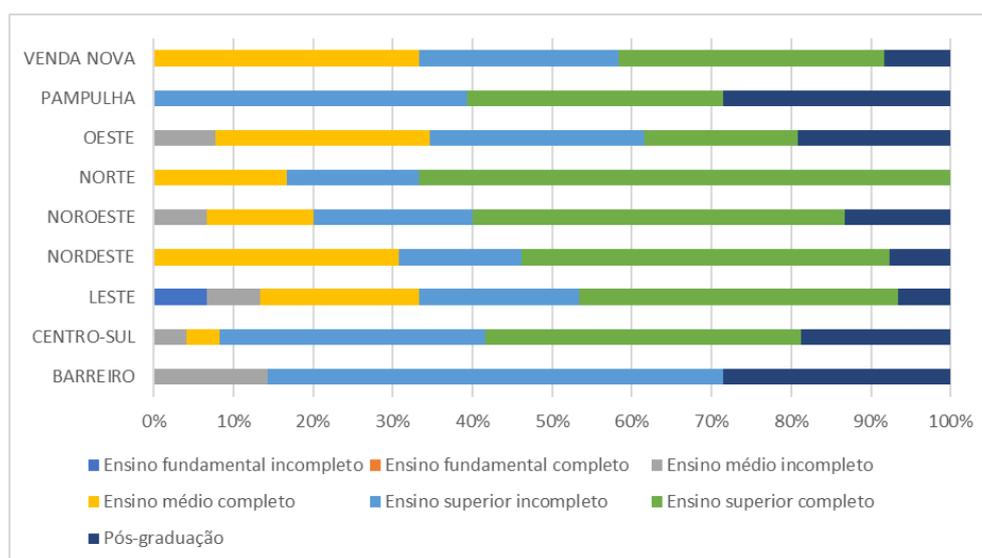


Figura 2 - Nível de escolaridade do público do ECUFMG. Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFMG (2017).

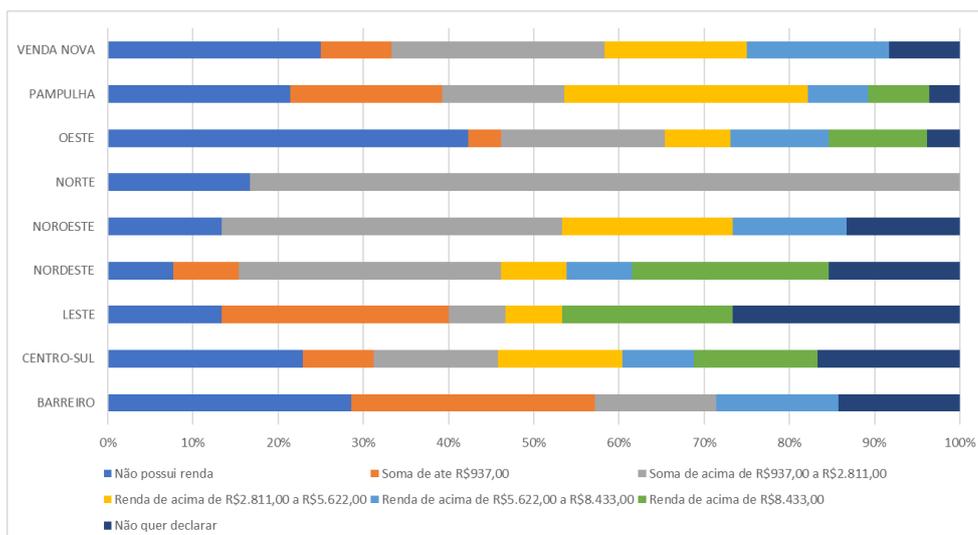


Figura 3 - Nível de renda do público do ECUFGM. Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFMG (2017).

Pode-se observar pela Figura 2 que os visitantes apresentam um nível de escolaridade bastante elevado, independentemente da regional de residência. O nível de renda, por sua vez, não apresenta uma distribuição tão homogênea entre as regionais quanto a escolaridade (Figura 3). Suspeita-se que isso decorra do perfil jovem do público do ECUFGM, como apontado no início da seção, já que o questionário coletou informações a respeito da renda individual. Apesar disso, é possível perceber um nível de renda acima da média, de maneira geral.

Hábitos culturais

As tabelas a seguir ilustram a frequência com que o público entrevistado foi a outros equipamentos culturais e leu livros, considerando o ano de 2016. As Tabelas 4 e 5 ilustram o número de vezes que o visitante foi a um museu ou centro cultural e ao cinema, respectivamente, no ano de 2016. De maneira geral, a média encontra-se alta para quase todas as regionais, mas também há um desvio padrão significativo, o que indica que existe uma considerável diferença entre os hábitos dos indivíduos dentro da mesma regional. Os visitantes da região Centro-Sul apresentam a maior média anual de idas a museu, 9,39, porém com um desvio padrão também alto, de 12,86; é nessa regional também que se tem o número mais alto de idas a museu: 72 vezes no ano de 2017, seguido por 56 vezes da regional Noroeste.

Tabela 4 - Número de visitas a museus ou centros culturais no ano de 2016 pelo público visitante do ECUFGM de acordo com sua regional de residência

| Região administrativa | Observações | Média | Desvio padrão | Mín. | Máx. |
|-----------------------|-------------|-------|---------------|------|------|
| BARREIRO | 7 | 4,14 | 4,49 | 0 | 10 |
| CENTRO-SUL | 48 | 9,39 | 12,86 | 0 | 72 |
| LESTE | 15 | 4,27 | 4,08 | 0 | 10 |
| NORDESTE | 13 | 6,62 | 8,61 | 0 | 30 |
| NOROESTE | 15 | 8,47 | 13,75 | 0 | 56 |
| NORTE | 6 | 6,5 | 5,47 | 1 | 15 |
| OESTE | 26 | 7,54 | 8,32 | 0 | 30 |
| PAMPULHA | 28 | 5,79 | 4,92 | 0 | 20 |
| VENDA NOVA | 12 | 3,33 | 2,99 | 0 | 10 |
| RMBH | 41 | 4,59 | 4,18 | 0 | 20 |

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFMG (2017).

Tabela 5 - Número de idas ao cinema no ano de 2016 pelo público visitante do ECUFGM de acordo com sua regional de residência

| Região administrativa | Observações | Média | Desvio padrão | Mín. | Máx. |
|-----------------------|-------------|-------|---------------|------|------|
| BARREIRO | 7 | 12,43 | 6,43 | 2 | 20 |
| CENTRO-SUL | 48 | 10,44 | 10,87 | 0 | 72 |
| LESTE | 15 | 5,13 | 4,64 | 0 | 12 |
| NORDESTE | 13 | 4,38 | 6,08 | 1 | 24 |
| NOROESTE | 15 | 7,2 | 5,55 | 1 | 20 |
| NORTE | 6 | 7 | 9,29 | 0 | 25 |
| OESTE | 26 | 10,19 | 12,63 | 0 | 48 |
| PAMPULHA | 28 | 9,04 | 8,99 | 0 | 30 |
| VENDA NOVA | 12 | 4,67 | 3,31 | 0 | 10 |
| RMBH | 41 | 9,76 | 7,96 | 0 | 30 |

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFGM (2017).

O cinema parece um hábito mais comum, com médias mais altas para a maioria das regionais (Tabelas 4 e 5). Algumas regiões, como Venda Nova e Nordeste, apresentam média mais baixa de visitas (4,67 e 4,38 – no caso do cinema), o que pode indicar menor oferta de atividades culturais nessas regionais. Essa afirmação é corroborada pelos resultados das entrevistas realizadas com residentes de regionais, à exceção de Centro-Sul e Pampulha, que apontaram uma carência de equipamentos em suas localidades.

Entretanto, é inevitável mencionar que a desigualdade do consumo cultural acompanha a desigualdade social neste país. Portanto, mesmo com médias e desvios padrões distintos entre as regionais, é possível afirmar que os visitantes do ECUFGM são, de modo geral, indivíduos de maior hábito cultural, superior aos parâmetros nacionais, indicando uma vez mais a homogeneidade existente entre os entrevistados.

Tabela 6 - Número de livros lidos ano de 2016 pelo público visitante do ECUFGM de acordo com sua regional

| Região administrativa | Observações | Média | Desvio padrão | Mín. | Máx. |
|-----------------------|-------------|-------|---------------|------|------|
| BARREIRO | 7 | 6,5 | 4,52 | 0 | 10 |
| CENTRO-SUL | 48 | 5,97 | 3,58 | 0 | 10 |
| LESTE | 15 | 5,57 | 3,52 | 0 | 10 |
| NORDESTE | 13 | 4,04 | 3,77 | 0 | 10 |
| NOROESTE | 15 | 4,87 | 3,83 | 0 | 10 |
| NORTE | 6 | 4,5 | 4,45 | 0 | 10 |
| OESTE | 26 | 5,12 | 3,96 | 0 | 10 |
| PAMPULHA | 28 | 4,5 | 3,53 | 0 | 10 |
| VENDA NOVA | 12 | 5,42 | 4,01 | 0 | 10 |
| RMBH | 41 | 5,68 | 3,53 | 0 | 10 |

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa Estudo de Público do Espaço do Conhecimento UFGM (2017).

Quando se considera o número de livros lidos pelos brasileiros, encontra-se que apenas metade dos brasileiros leem pelo menos um livro por ano e 44% dos brasileiros não leem nenhum livro ao ano (IPL, 2016). O público do ECUFGM apresenta, para todas as regionais, uma média de 4 a 6 livros lidos em um ano, com um desvio padrão de 3 a 4 livros (Tabela 6).

Percepções adicionais a partir das entrevistas e da observação participante

De maneira geral, os visitantes entrevistados apontam que o interesse pela cultura é o fator mais importante para que a visita ocorra, prevalecendo sobre a localização do equipamento. Reconhecem que a ausência de equipamentos próximos à residência pode levar ao desconhecimento desse tipo de atividade mas que, dada uma divulgação bem feita (a falta de informação e divulgação aparece com frequência como impedimento para visitar o ECUFGM), as pessoas com interesse não se importariam em

se deslocar para usufruir desse espaço. Contudo, os entrevistados, especialmente de regionais mais “simples”, “periféricas”, como classificadas por eles mesmos (regionais como Norte, Barreiro e de outros municípios da RMBH), refletem também sobre as dificuldades relacionadas a acesso e apropriação, para além da distância, custo de transporte etc. Estes levantam questões sobre pertencimento, o que remete à revisão de literatura a respeito do direito à cidadania, fortemente relacionado ao ato de consumir cultura (Canclini, 2010).

Outro aspecto relevante é que os entrevistados se consideram “consumidores de cultura”, comprovando o que foi encontrado na análise dos dados, e, quando perguntados sobre os fatores e variáveis que influenciaram nisso, eles mencionam a escola, a educação formal, o grau de instrução, o papel dos pais, familiares e amigos, além da ideia de vício – quanto mais se consome, mais se vai consumir (Diniz & Machado, 2011). Alguns visitantes afirmam que vieram ao museu para e/ou pelos seus filhos, isto é, estão ali com a intenção de formar o hábito nas crianças, enquanto outros vêm trazidos pelos filhos que, muitas vezes, conheceram o ECUFGM por meio de suas escolas. Neste último caso, é possível também haver uma formação de hábito contrária àquela apontada na literatura, em que crianças e jovens influenciam os familiares a experimentarem a cultura.

Nesse sentido, a equipe do ECUFGM vê grandes distinções entre o público espontâneo e o público agendado desse espaço. Enquanto o público espontâneo apresenta um perfil relativamente homogêneo, o público agendado, composto majoritariamente por estudantes de escolas públicas e mais uniformemente distribuído entre as regionais de Belo Horizonte, apresenta um perfil bastante diversificado, trazendo novas realidades para dentro do museu. Os entrevistados reportam que, quando ocorrem visitas de escolas públicas e particulares simultaneamente, “dois mundos se cruzam nos corredores do Espaço”.

Esses dois mundos são reflexos de duas condições socioeconômicas distintas: uma, espelho do perfil dos visitantes espontâneos, e outra que está pela primeira vez em contato com esse espaço diferenciado. Esse segundo mundo adentra uma “bolha” que talvez sem a escola não adentraria. Uma “bolha” marcada por várias barreiras invisíveis – da distância, da informação e do pertencimento. Esse contato expande a apropriação territorial desses alunos, que se sentam no gramado da Praça da Liberdade para comer seus lanches; que ficam sabendo que os museus ali são gratuitos e que a UFGM também é, expandindo essa apropriação para além da territorial: eles se apropriam de um futuro de possibilidades que antes desconheciam.

O ECUFGM é visto, tanto pelo público, quanto pela equipe, como um espaço mais informal que os outros equipamentos do Circuito Liberdade, principalmente pela figura dos mediadores, mas também pela arquitetura, menos imponente e suntuosa e mais acolhedora e convidativa. Para aqueles que o frequentam, o ECUFGM é lugar de diálogo, de encontro de diversidade, de ideias e conceitos, sintetizando um pouco do que é a cidade.

Considerações finais

O presente trabalho investigou o papel da cultura e suas conexões com o tecido urbano e o desenvolvimento socioeconômico local utilizando o Espaço do Conhecimento UFGM como caso, a fim de compreender quem é o público que frequenta esse espaço cultural diferenciado.

A cultura, assim como a cidade, pode ser vivida de diversas maneiras: nas trocas, na fruição, no consumo. Portanto, não há cultura ou cidade – independentemente da apropriação – que não reflita as condições socioeconômicas características daquela determinada realidade. Nesse sentido, existe um movimento, mesmo que imperceptível/inconsciente, de distinção no ato de vivenciar a cultura, seja consumindo ou usufruindo dela. Paralelamente, há um espaço social circunscrito no espaço físico.

Analisar o público visitante do ECUFGM pôde ilustrar esse movimento, uma vez que os visitantes, que partem de diversos locais de residência na cidade, apresentam um perfil relativamente homogêneo, o que reforça a ideia da distinção pelo hábito cultural. Nesse sentido, os visitantes espontâneos são,

majoritariamente, “consumidores de cultura”. As regionais de residência influem no sentido de serem locais mais propensos a reunir pessoas com as características socioeconômicas definidoras do consumidor cultural, como é o caso da região da Pampulha, que sofre a influência da presença do campus da universidade, além de abrigar, historicamente, parte da população de alta renda do município.

Contudo, há uma distinção clara entre os perfis do público espontâneo e do público agendado que frequentam o equipamento, especialmente aquele formado por estudantes das escolas públicas. É nessa diferença que floresce a função de mudança social instrumentada pelo ECUFGM. Ao lado da sua missão de aproximar o diálogo entre universidade e comunidade, refletir e debater diversos temas, incentivando o pensamento crítico e criativo e promovendo conhecimento, o ECUFGM permite que indivíduos que se localizam, a priori, “distantes” desse mundo encontrem o pertencimento nesses espaços culturais de aprendizado diferenciado, alcançando, ainda que momentaneamente, sua cidadania cultural.

Conclui-se assim que as hipóteses iniciais foram corroboradas nesse estudo: tanto a barreira invisível criada pelo não acúmulo de capital humano e cultural, quanto a quebra da estrutura social por meio da cultura podem ser percebidas no ECUFGM. A diferença está no público que configura esse resultado: para os visitantes espontâneos, a barreira ao acesso está dada pelo perfil de consumidor ou não de cultura; para os visitantes agendados, o ECUFGM é instrumento de potencial mudança social. Diante disso, resgata-se tanto o conceito de distinção de Bourdieu como as ideias de emancipação social lefebvrianas, uma vez que o perfil dos visitantes agendados ilustra a hierarquia social em se tratando do consumo de cultura, enquanto o público agendado representa a apropriação do território por parte daqueles a priori excluídos por meio da vivência da manifestação artístico-cultural incentivada, nesse caso, pela educação.

Referências

- Ateca-Amestoy, V. (2008). Determining heterogeneous behavior for theater attendance. *Journal of Cultural Economics*, 32(2), 127-151. <http://dx.doi.org/10.1007/s10824-008-9065-z>.
- Bille, T., & Schulze, G. G. (2008). Culture in urban and regional development. In V. Ginsburgh, & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture* (2a ed., pp. 1051-1099). Oxford: North-Holland Elsevier.
- Bourdieu, P. (1996). *Physical space, social space and habitus*. Oslo: Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Unversitetet i Oslo.
- Bourdieu, P. (2007). *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk.
- Caldeira, J. M. (1998). Praça da Liberdade: trajetória de um território urbano. In *Anais do IV Seminário de História da Cidade e do Urbanismo*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Canclini, N. G. (2010). *Consumidores e cidadãos: conflitos culturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Diniz, S., & Machado, A. F. (2011). Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil. *Journal of Cultural Economics*, 35(1), 1-18. <http://dx.doi.org/10.1007/s10824-010-9129-8>.
- Espaço do Conhecimento UFGM. (2017). Belo Horizonte: UFGM. Recuperado em 7 de outubro de 2017, de <http://www.espacodoconhecimento.org.br/>
- Furtado, C. (1984). *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Haguette, T. M. F. (2001). *Metodologias qualitativas na sociologia*. São Paulo: Vozes.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (2011). *Censo Demográfico 2010. Características da população e dos domicílios: resultados do universo*. Rio de Janeiro: IBGE.
- Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais – IEPHA. Circuito Liberdade. (2017). *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade 2017*. Belo Horizonte: Governo do Estado de Minas Gerais.

Instituto Pró-Livro – IPL. (2016). *Pesquisa retratos da leitura no Brasil*. Recuperado em 20 de setembro de 2017, de http://prolivro.org.br/home/images/2016/Pesquisa_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_-_2015.pdf

Lefébvre, H. (1991). *The production of space*. Oxford: Blackwell.

Lefébvre, H. (2004). *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro.

Markusen, A., & Schrock, G. (2006). The artistic dividend: urban artistic specialization and economic development implications. *Urban Studies (Edinburgh, Scotland)*, 43(10), 1661-1686.
<http://dx.doi.org/10.1080/00420980600888478>.

Monte-Mór, R. L. M. (1994). *O que é o urbano no mundo contemporâneo*. Belo Horizonte: Cedeplar/UFMG.

Perloff, H. (1979). Using the arts to improve life in the city. *Journal of Cultural Economics*, 3(2), 1-21.
<http://dx.doi.org/10.1007/BF02427550>.

Rubim, A. A. C. (2010). *Políticas culturais para as cidades*. Salvador: EDUFBA.

Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tonucci, J. B. M., Fo. (2013). Espaço e território: um debate em torno de conceitos-chave para a geografia crítica. *Revista Espinhaço*, 2(1), 41-51.

Editor: Rodrigo Firmino.

Recebido: Nov. 23 2018

Aprovado: Fev. 04 2019